

数字经济赋能农村电商：内在机理、现实困境与突破路径

叶 文

江苏大学管理学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2026年8月11日; 录用日期: 2026年8月26日; 发布日期: 2026年10月22日

摘 要

数字经济与农村电商的深度融合, 为乡村振兴战略实施提供了新的动力引擎。文章基于对现有文献的系统梳理, 从价值意蕴、现实困境与优化路径三个维度, 探讨数字经济背景下农村电商发展的理论逻辑与实践进路。研究发现, 数字经济通过信息传播加速、产品流通优化、产业结构升级与社会化联系加深等机制赋能农村电商, 但在实践中仍面临着多重困境。在此基础上, 从政策扶持、品牌建设、设施完善、人才培养、物流体系等五个维度提出“政府引导 - 市场主导 - 社会参与”的多元协同治理体系, 以实现农村电商从规模扩张向高质量发展的转型。

关键词

数字经济, 农村电商, 赋能机制

Digital Economy Empowering Rural E-Commerce: Internal Mechanisms, Practical Challenges, and Breakthrough Pathways

Wen Ye

School of Management, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: August 11, 2026; accepted: August 26, 2026; published: October 22, 2026

Abstract

The deep integration of the digital economy and rural e-commerce has provided a new driving force

文章引用: 叶文. 数字经济赋能农村电商: 内在机理、现实困境与突破路径[J]. 电子商务评论, 2026, 15(10): 473-479.
DOI: 10.12677/ecl.2026.15101141

for implementing the rural revitalization strategy. Based on a systematic review of existing literature, this paper examines the theoretical rationale and practical approaches for rural e-commerce development in the context of the digital economy from three dimensions: its value implications, current challenges, and optimization pathways. The study finds that the digital economy empowers rural e-commerce through mechanisms such as accelerated information dissemination, optimized product circulation, industrial structure upgrading, and strengthened social connections, yet it faces multiple challenges in practice. Based on this, the study proposes a diversified collaborative governance framework characterized by “government guidance - market leadership - social participation” encompassing five dimensions: policy support, brand development, infrastructure improvement, talent cultivation, and logistics systems, aiming to facilitate the transition of rural e-commerce from scale expansion to high-quality development.

Keywords

Digital Economy, Rural E-Commerce, Empowerment Mechanism

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

数字经济的迅猛发展正在重塑全球经济格局，也成为驱动我国经济社会高质量发展的重要引擎。作为数字经济与农业农村经济深度融合的产物，农村电商在促进农产品上行、带动农民增收、激活农村消费市场等方面发挥着日益重要的作用。农村电商可以将农业生产与销售市场联系起来，实现传统农业生产经营方式转型发展，在促进城乡融合发展、缓解城乡收入差距、推动新时代乡村振兴事业发展等方面具有重要作用[1]。同时，农村电商是一个由多元主体与环境要素相互作用、共同演进的复杂生态系统，其健康与否直接关系促进共同富裕的效能与可持续性[2]。

近年来，我国农村电商呈现蓬勃发展态势。数据显示，截至 2022 年底，我国农村网络零售额达到 2.17 万亿元，农村电商已成为农村居民增收的重要途径[1]。与此同时，电商直播等新业态的兴起进一步拓展了农产品销售渠道。有学者指出，农村电商网络直播营销具有技术新、模式新、业态新、价值新等特点，是农村经济新质生产力发展的一种表现形式[3]。许宁宁等的实证研究表明，电商直播发展水平对农村居民人均可支配收入具有显著正向促进作用，政府支持力度的增强能够进一步强化这一效应[4]。

然而，在规模快速扩张的背后，农村电商发展仍面临诸多结构性困境。孙可认为，农村电商存在政府政策协同不足、产业内部结构单一、专业人才匮乏等问题[5]。郭绍轩则从更宏观的视角揭示，当前农业与数字经济融合的瓶颈已从单一的、技术性的“硬件”短板，演变为一个多维的、结构性的“软件”梗阻系统[6]。这些困境的破解，不仅关系到农村电商自身的可持续发展，更关乎乡村振兴战略的有效实施。基于此，本文在系统梳理现有研究的基础上，从价值意蕴、现实困境与突破路径三个维度，对数字经济背景下农村电商发展进行综合分析，以期为推动农村电商高质量发展提供理论参考。

2. 数字经济赋能农村电商的价值意蕴

2.1. 加速信息传播，破解农业生产的信息瓶颈

传统农业生产长期面临信息不对称的困境，农民难以精准把握市场需求，容易陷入“盲目生产 - 产

品滞销”的恶性循环。数字经济的发展为破解这一瓶颈提供了可能。在数字经济时代，农村电商发展有利于实现农业生产过程中各部门的沟通与交流，农业生产可以根据市场信息形势随时进行适应性调整，从而有效避免因盲目发展造成的负面影响[1]。从信息传播的机制来看，电商平台汇聚了大量消费者行为数据，能够实时反映市场偏好与价格波动。这些信息通过数字化渠道传递给生产端，使农民能根据市场需求调整种植结构和优化产品品质[5]。

2.2. 优化产品流通，重构农产品上行通道

我国农产品流通体系长期存在环节多、成本高、效率低等问题。传统的农产品流通往往经过“农民-产地收购商-批发市场-零售商-消费者”多个环节，中间层层加价，农民所得收益有限。而农村电商产业的高质量发展能够充分发挥农村居民主观能动性，为农产品跨区域流通运输提供有效支撑，解决以往农产品流通受阻等问题[1]。电商平台的中介化特性，使生产者能够直接对接消费者，缩短流通链条，提升利润空间，重构农业生态系统[6]。

2.3. 产业结构升级，推动现代农业体系构建

数字经济对农村产业的影响不仅停留在流通环节，更深入到生产结构的优化层面。数字化资源的流动与大数据信息的传播，使得农村产业的生产可能性边界逐步扩大，生产函数结构最终得以重构与优化的同时，促进现代农业体系的全面升级[5]。具体而言，电商平台通过大数据描绘消费者画像，帮助商家了解消费者购买偏好，从而反向对商家生产行为产生影响，促使农民针对消费者偏好提高产品质量，推动农村产品生产领域的产业结构升级[1]。这种“消费端倒逼生产端”的机制，为传统农业的现代化转型提供了内生动力。

2.4. 社会化联系加深：促进城乡融合发展

农村电商的意义不仅限于经济层面，更延伸到社会层面。电商经济通过赋能农民，重塑了乡村的行动主体、关系网络与价值理性，推动了乡村再组织的实践创新[7]。具体而言，电商经营不仅吸引外出青年与村社人才回流，强化了乡村社会关联，也重塑了村社集体意识，成为连接城乡的重要纽带。随着农村电商产业的发展，依托电商平台从事生产经营的农村居民能够接触到更多网络信息、新型经营方法和管理理念，从而加快新兴思想在乡村的传播速度，进一步加深农村地区与城镇地区的社会化联系。

2.5. 促进共同富裕，实现农村电商的多维价值

农村电商生态系统对共同富裕具有推动作用[2]。电商使农村居民直接对接终端市场，获取更多产业链增值收益，同时创造网店店主、直播主播等新岗位以及包装、物流等上下游就业机会。农村电商提升农民的数字素养提升与主体性激发，让他们在实践中学习网络操作和营销策略等，主动参与市场。电商突破地理区位制约，为落后地区提供“弯道超车”的可能，形成“一县一业”、“一村一品”的产业集群。同时，将乡村独特的民俗、手工艺、景观通过电商转化为具有市场价值的“文化 IP”，农村电商经济不仅夯实了乡村文化振兴的物质基础，更助力乡村优秀文化的传承与弘扬[8]。

3. 数字经济背景下农村电商发展的现实困境

尽管农村电商取得了长足发展，但受制于多重因素制约，其在实践中仍面临诸多困境。

3.1. 政策支持落实不到位

我国对农村电商发展高度重视，近年来出台了《国务院办公厅关于加快农村寄递物流体系建设的意

见》¹《农业农村部办公厅关于开展“互联网+”农产品出村进城工程试点工作的通知》²等多项扶持政策，但在落实过程中仍存在明显不足。电商起步晚、相关法规尚不健全，加上各地执行力度不一，导致发展进度参差不齐、市场秩序难以有效规范[1]等问题。退税和补贴等措施也因各地执行标准和力度差异较大，农村电商的实际需求常常得不到满足。更关键的是，不同村落在地理位置、消费习惯、基础设施等方面差异明显，中央政策要真正见效，必须结合乡村实际进行“在地化”设计，而这恰恰是当前政策供给的薄弱环节[9]。

3.2. 品牌建设滞后与结构性错配

品牌化是农村电商实现可持续发展的关键，但目前农村电商普遍存在品牌意识淡薄、品牌效应缺失的问题。农村电商多停留于简易包装层面，缺乏产品开发设计与规模化生产，这不仅削弱了农村产品的优势，也容易导致顾客产生购买倦怠情绪[1]。从产品标准化角度分析，商品标准化低、质量安全无法保障、产品标识不规范成为农村电商品牌化发展的掣肘[8]。农产品的自然差异化特征与电商平台的标准化逻辑之间存在结构性矛盾[6]，农业生产受制于气候、土壤等自然变量，同品种产品在果径、甜度、外观等维度天然存在离散分布，而电商平台强制推行的质量分级规范难以兼容这种动态复杂性，导致标准执行陷入“过严则排除中小农户、过宽则损害消费信任”的两难困境。

3.3. 网络基础设施薄弱与物流体系失衡

数字基础设施是农村电商发展的物质基础，但城乡之间的“数字鸿沟”依然存在。近年来我国城市发展水平不断提高，但农村地区基础设施和信息化建设不足、城乡差距较大等问题普遍存在，信息技术不能全面覆盖所有农村地区。在数字渗透维度，偏远地区信号稳定性不足导致信息流传输阻滞。在物流基建层面，冷链仓储体系布局呈现区域性断层，田头预冷与分拣节点覆盖不足。而部分农村地区生产资料匮乏、生产要素不流通、社会网络封闭等问题并非短时间可以解决[9]。

3.4. 专业人才严重匮乏与数字能力赤字

人才是农村电商发展的核心要素，但农村地区面临严峻的人才困境。农村人口受教育程度和城乡差距导致农村地区无法留住专业人才，造成人才资源大量流失[1]。城镇快速工业化进程致使大部分青壮年劳动力涌入城市，农村高素质劳动力及人才严重缺失。当前，农村直播很大一部分要么是缺乏网络技术知识的农业生产者，要么是只具备网络技术知识却不熟悉农产品的销售人员，亟需既懂农村电商又懂乡村文化还懂农业生产的复合型人才[8]。现有培训体系多聚焦于离散化技能灌输，未能建立技术掌握、市场响应、经营优化的整合赋能框架。

3.5. 物流成本居高不下与供应链韧性不足

物流是农产品上行的“最后一公里”，但高昂的物流成本严重挤压了农村电商的利润空间。虽然我国农村物流覆盖率超过 90%，但农产品普遍存在运输路途长、运输网络条件差、交通工具周转繁复等问题，导致农村地区物流成本仍然较高[1]。同时，农产品受自然环境条件影响较大，冷链物流设施在农村仍是短板，导致农产品上行损耗率高，应对市场波动能力较弱[6]。此外，部分地区产业布局雷同，陷入同质化竞争与低价“内卷”，利润微薄，损害生态系统可持续性。乡镇农村配送短途物流成本较城区更高，制约了农村电子商务的深入发展。

¹https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-08/20/content_5632311.htm

²https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2020-05/08/content_5509715.htm

4. 典型案例分析

4.1. 案例选取

本文选取沭阳花木电商产业集群作为典型案例进行剖析。沭阳县花木种植面积达 60 万亩，占江苏省的四分之一、全国的二十分之一，不仅是全国最大的花木主产区之一，也是全国首批电子商务进农村综合示范县及最大的农产品淘宝村集群，并获评“2020 全国县域数字农业农村发展水平先进县”。该案例的成功实践，对数字经济背景下农村电商的发展具有重要的指导意义³。

4.2. 沭阳花木电商产业集群发展实践

沭阳花木电商产业集群的发展实践，可概括为“平台驱动 - 场景升级 - 人才支撑 - 制度保障”四位一体的转型路径，从矩阵直播平台搭建、价值链延伸、新农人培育与质量监管四个层面形成了系统化的电商生态闭环。在电商领域，2024 年全县花木电商销售额达 350 亿元，直播销售额占全国三分之一，直接带动 35 万农民增收致富³，形成了“家家有项目、户户开网店、人人有钱赚”的产业生态。其成功实践生动诠释了“政府引导 - 市场主导 - 社会参与”的多元协同治理逻辑。政府通过搭建公共服务平台、常态化质量监管和合规指导，扮演“助跑者”角色；市场以矩阵直播模式创新、庭院景观场景化升级以及长期园丁服务绑定，推动价值链从低价竞争跃升至品牌化、服务化高阶形态；社会层面通过三级人才培养体系、返乡创业示范和熟人互助文化，激活了农民的主体性与内生动力，使沭阳花木电商实现了从传统种植到数字平台、从卖产品到卖场景与卖服务、从外部输血到内生造血的跨越式转型，为数字经济背景下农村电商高质量发展提供了可复制、可推广的实践范式。

5. 数字经济背景下农村电商发展的突破路径

为破解农村电商发展困境，本文基于文献分析与典型案例，提出需从政策扶持、品牌建设、设施完善、人才培养、物流体系五个维度协同发力，以构建“政府引导 - 市场主导 - 社会参与”的多元协同治理体系。

5.1. 政策支持落地到位

政府的支持和政策激励对农村电商发展至关重要。各地政府需细化农村电商指导方案，建立“中央统筹 - 省级协调 - 县域落实 - 村级反馈”的四级政策协同框架，将政策资源向本地的合作社、家庭农场、返乡创业的“新农人”倾斜，扶持“草根龙头”与“新乡贤”。同时，相关主管部门需着力提升管理制度的包容性和嵌套性，对政策执行效果实行“激励相容”的考核机制，将农民收入增长、电商主体活跃度、农产品上行规模等纳入核心指标，扩大自身产品的影响力，吸引较大股东投资，逐步建立多方参与的数字乡村建设投融资模式。

5.2. 强化电商品牌建设与标准体系构建

农业电商企业应提高农产品质量标准，借助便捷的网络平台发展功能完善的电商产业，做好农业电商宣传工作，树立明确的农村产品品牌形象。地方政府与行业协会联合打造“一县一品”区域公用品牌，可以实施“农业 + 文创”形式，增加附加特色，而平台企业提供品牌孵化、流量倾斜和数据支持，龙头企业和合作社则专注于细分品类的产品品牌运营。同时，当地推动农产品从“大路货批发”转向“分级定等、精准对接”的线上分销体系，制定阶梯式质量评价基准兼顾特色化与普适性要求；在核心产区设

³https://www.zgjssw.gov.cn/shixianchuanzhen/suqian/202509/t20250921_8523454.shtml

立实时监测服务站点，推动物理指标快速检测与区块链上链存证。

5.3. 完善农村网络基础设施与智慧物流体系

强大的数字基础设施是农村电商发展的物质保障。政府应全力完善农村网络基础设施，大力推动 5G、千兆光网等农村网络基建的普及与覆盖，推动农村一体化物流综合能力做到信息集成和协调组织联动，为农村电商发展奠定坚实基础。采用“新基建与智慧物流双轮驱动”策略，例如在数字基建维度，实施乡村宽带网络质量提升专项工程，建立普惠性智能终端供给机制，依托县域大数据中心搭建区域性农业云服务平台。而在物流体系重构维度，构建“产地预处理 + 骨干冷链 + 末端仓储”三级无缝衔接系统，在县域枢纽部署智能分拣中心，创新村级共同配送模式。

5.4. 构建人才培养体系与数字能力提升机制

人才是农村电商发展的根本支撑。政府、学校、农业企业和社会组织应联合建立产教融合电商实训基地，构建“普及扫盲 - 技能提升 - 精英孵化”的三级人才梯队。基础层面面向广大农民普及智能手机操作、平台注册、订单处理等基本技能，采用“村干部 + 大学生志愿者 + 返乡青年”的帮带模式。中级层面依托县域职业教育中心和电商服务中心，开展线上线下人才培养，进一步学习电商相关技能，确保学员结业即可上岗；而高层实施新农人领军者孵化计划，选拔具备转型潜力的返乡大学生、创业青年等开展进阶研修带动当地电商发展，扭转农民在田间地头被动销售农产品的传统模式。

5.5. 构建农村电商物流体系与供应链韧性

完善的物流体系是降低农村电商运营成本的关键。政府主导建设产地仓储保鲜冷链设施，开发“农地云”系统，整合订单归集、产能匹配、库存管理和物流调度功能，实现小农户生产单元与规模化订单需求的动态适配共同配送，构建循环物流体系。同时，通过行业协会组织集体谈判和物流供应商达成合作，推动交通、邮政、供销、快递等系统的网络共享与标准对接，能够有效降低物流成本，并由合作社或企业承担标准化生产组织和品质管控责任，并约定保底收购价与超额收益分成，降低小农户的市场风险。

6. 结语

随着数字技术的持续迭代、乡村振兴战略的深入实施以及“十五五”时期高质量发展目标的明确，农村电商将进入从规模扩张向高质量发展转型的关键阶段。研究发现，数字经济通过信息传播加速、产品流通优化、产业结构升级与社会化联系加深等机制赋能农村电商，并提出多元协同治理体系的五维度突破路径。随着数字基础设施的不断完善、人才队伍的持续壮大、政策体系的日益健全以及数据要素市场的逐步成熟，农村电商将在推动农业现代化、促进城乡融合发展、实现全体人民共同富裕等方面发挥更加重要的作用。

参考文献

- [1] 游雅娟. 数字经济背景下农村电商发展现状、困境及完善路径[J]. 商业经济研究, 2024(3): 119-122.
- [2] 郭宝丹. 乡村振兴战略背景下农村电商生态系统演化与共同富裕效应研究[J]. 商业经济研究, 2026(7): 121-123.
- [3] 张芳芳. 新质生产力视域下乡村产业振兴探析——以农村电商网络直播营销为例[J]. 农业经济, 2026(1): 157-158.
- [4] 许宁宁, 刘哲, 胡雄. 乡村振兴背景下电商直播赋能农村经济发展路径分析[J]. 商业经济研究, 2026(7): 117-120.
- [5] 孙可. 数字经济背景下农村电商赋能乡村振兴: 价值意蕴、制约因素与推进路径[J]. 农业经济, 2022(12): 131-132.
- [6] 郭绍轩. 农业数字经济融合发展的障碍与突破策略: 基于农村电商视角的研究[J]. 中国软科学, 2025(S1): 134-

141.

- [7] 房冠辛. 电商经济赋能乡村再组织的路径探索与实践逻辑[J]. 南京社会科学, 2024(4): 69-82.
- [8] 宋剑, 高苏. 乡村文化振兴视域下提升农村电商经济竞争力研究[J]. 农业经济, 2026(3): 155-156.
- [9] 戴祥玉, 胡彥. 农村电商高质量发展: 逻辑意蕴、现实挑战与适应性创新路径[J]. 云南大学学报(社会科学版), 2026, 25(1): 104-111.